

Programa 2026

Curso Ejecutivo de Comercio Exterior

Módulo 1: Internacionalización de la empresa

1. Introducción. Presentación de los temas que se abordan en el Curso Ejecutivo de Comercio Exterior.
2. Contexto Internacional en el que se desarrollan las actividades de la empresa. Importancia. Tendencias.
3. Factores que afectan la competitividad en el marco internacional.
4. Planificación estratégica, diagnóstico y acciones.
5. Herramientas de información.
6. Herramientas técnicas y tecnológicas para el desarrollo de las operaciones.
7. Comunicación e imagen.

Carga horaria: 4 horas

Docente: Lic. Pamela Padilla

Licenciada en Comercio Internacional de la Universidad Nacional de La Matanza.

Se desempeña profesionalmente como consultora para la internacionalización de las empresas tanto en importación como en exportación con enfoque en la capacitación como herramienta fundamental para la toma de decisiones. Ha participado como consultora del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) en programas de asistencia técnica y como investigadora externa para el Instituto Nacional de Tecnología Industrial para el programa Innovar para Exportar y trabajó en conjunto con consultoras en el desarrollo de Investigaciones de Mercado e Inteligencia Comercial.

Docente en UNLaM, UCES y el Instituto de Capacitación Aduanera.

Módulo 2: Gestión Aduanera del Comercio Internacional 1

Aspectos Generales

1. Conceptos y definiciones generales en materia aduanera. Sujetos involucrados en las operaciones aduaneras y ámbitos de control.
2. Mercadería tangible e intangible, origen, procedencia. Importancia para la aplicación de normas.
3. Nomenclatura arancelaria. Tipo de aranceles.

Implicancias del Título V del Decreto de Necesidad y Urgencia N°70 de 2023.

1. Cambios normativos y procedimentales.
2. Perspectiva práctica respecto del nuevo escenario del comercio exterior.

Importación:

1. Arribo de la mercadería y su relación con el Agente de Transporte.
2. Concepto de destinación aduanera. Tipos, características y usos.
3. Diferencia entre momento y hecho imponible.
4. Tributos de Importación. Ejercicios sobre casos con y sin ventajas tributarias.

Análisis pormenorizado de la destinación temporaria para perfeccionamiento activo como herramienta de fomento a las exportaciones.

Carga horaria: 8 horas

Docente: Lic. Sergio Giannice

Licenciado en Comercio Exterior de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES), Especialista en Planeamiento Estratégico en la University of IOWA, Magister en Relaciones Económicas Internacionales de la Universidad Nacional de La Matanza, y MBA (Master in Business Administration) de la Universidad Politécnica de Madrid.

Se desempeña profesionalmente como consultor de empresas bajo el Programa de Diversificación de Mercados de Exportación de Pymes (Diverpymex) en la Fundación Banco Credicoop, en el marco del cual ha gestionado el desarrollo exportador de diversas empresas argentinas. Ha participado como consultor del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) en distintos proyectos relacionados con la internacionalización de empresas, y cuenta con experiencia específica en la aplicación de metodologías para el desarrollo exportador de las PyMEs.

Desde hace más de 17 años es profesor de grado y posgrado en el área del Comercio Exterior, estando especializado en logística internacional. Se desempeña en la Universidad Tecnológica Nacional, en UADE (Universidad Argentina de la Empresa), en la Universidad Nacional de la Matanza, y en la Universidad Nacional de Luján. Como profesor invitado ha participado en la Maestría en Agronegocios, y en la Maestría en Gestión del Comercio Exterior de la UBA (Universidad de Buenos Aires). También es integrante del cuerpo académico del CEDEX (Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador) en la Universidad de Palermo, y disertante en conferencias nacionales e internacionales relacionadas con la logística internacional y el comercio exterior.

En 2010 fue coautor del libro “Promoción y Radicación de Inversiones para el Desarrollo, la Producción y el Empleo”, estando a cargo de los módulos relacionados con la promoción de exportaciones. En 2011 ha publicado su libro “Asociatividad Exportadora, Formas Jurídicas y Funcionalidad Operativa en la República Argentina”.

Módulo 3: Incoterms y Contrato de Compraventa Internacional

1. Las prácticas comerciales internacionales y el fundamento de los Incoterms: su creación y evolución
2. El tratamiento de los puntos críticos de la logística internacional según las reglas Incoterms: gestión de los riesgos, distribución de gastos, trámites y entrega de la mercadería.
3. La revisión 2020: Descripción de cada regla y sus usos para la optimización de operaciones de exportación-importación

4. Las reglas Incoterms y su vinculación al contrato de compraventa internacional
5. Las reglas Incoterms y las actuales limitaciones de pagos de fletes internacionales en Argentina.

Carga horaria: 4 horas

Docente: Dra. Elsa Marinucci

Reconocida trayectoria en actividades empresariales de coordinación de operaciones de exportación e importación, en actividades académicas y de gestión en universidades e instituciones de nivel superior vinculadas al comercio exterior y la logística internacional.

Desempeño desde 1989 coordinando operaciones de comercio exterior en estrecha relación con líneas marítimas, aéreas, exportadores, importadores, bancos y agencias gubernamentales como aduanas y otros organismos vinculados al comercio exterior.

Preparación de empresas para la oferta de productos al exterior y la participación en ferias internacionales y misiones comerciales. Estudios de mercados externos y búsqueda de potenciales clientes en el exterior.

Participación en la creación de carreras de grado, postgrado, especializaciones y máster en comercio y logística internacional.

Diseño y planificación de asistencia y programas de capacitación empresarial in Company.

Módulo 4: Transportes Internacionales.

- a) Introducción al transporte internacional marítimo, aéreo y terrestre.
- b) Preparación de la carga: Embalajes. Estiba. Mecanismos de seguridad.
- c) Modalidades de contratación.
- d) Regulaciones internacionales.
- e) Infraestructura portuaria, extraportuaria y aeroportuaria en Argentina: Terminales, Depósitos Fiscales, Depósitos de Contenedores, Zonas Francas, etc.
- f) Actualidad del mercado internacional.

Carga horaria: 4 horas

Docente: Mag. Fernando Muzzupappa

Licenciado en Comercio Internacional (Universidad de La Matanza) Magister en Relaciones y Negociaciones Internacionales (Flacso-San Andrés-Universidad de Barcelona).

Se desempeña profesionalmente como Director de Logística Integrada (4PL) para una empresa multinacional de Logística de origen europeo. Cuenta con experiencia previa de más de 20 años trabajando para empresas importadoras y exportadores de distintos rubros. Desde 1997 es profesor de grado en la Universidad Nacional de La Matanza.

Módulo 5: Gestión Aduanera del Comercio Internacional 2

Exportación:

1. Tipo de destinaciones de exportación, sus características. Relación con las normas cambiarias.
2. Particularidades de hecho y momento imponible. Cumplido del permiso de embarque.
3. Tributación en la exportación. Ejercicios de cálculo.
4. Gestión de cierre de permiso de embarque y cierre de factura.
5. Estímulos aduaneros a la exportación, tipos y condiciones para su aplicación. Cálculos y gestión de cobro.

Regímenes Especiales

1. Casos prácticos sobre operaciones de exportación a través de las diferentes destinaciones aduaneras.
2. Análisis sistémico de las operaciones aduaneras de importación y exportación, y su relación con la logística empresarial, las finanzas, los objetivos comerciales, los costos y otros aspectos. Casos de estudio integradores y ejercicios de aplicación.

Carga horaria: 8 horas

Docente: Lic. Sergio Giannice

Módulo 6: Documentos de Transportes

1. Contratos de transporte internacional: diferentes tipos según el medio.
2. El contrato marítimo o BL: funciones y su triple carácter. El BL y el título de propiedad de la mercadería. El caso de los problemas de pagos al exterior en las importaciones y el BL.
3. Formas de emisión del BL: negociable, express release, telex release, e-BL
4. El contrato aéreo o Guía Aérea: funciones.
5. El contrato de transporte terrestre o CRT: funciones y diferencias con el MICT/DTA
6. El contrato de seguro de cargas internacionales: Tipos de coberturas

Carga horaria: 4 horas

Docente: Dra. Elsa Marinucci

Módulo 7: Costos Logísticos e Indicadores de Gestión

Costos Logísticos

1. Estructura tarifaria por tipo de envío y modo de transporte: FCL, LCL, aéreos, cargas peligrosas, refrigeradas, fuera de medida.
2. Comparativa de tarifas.
3. Ejercitación como actividad para la comprensión de los cuadros tarifarios y como elemento de control de costos.
4. Estimación de extracostos.

Indicadores de Gestión

5. Definición de procesos y tiempos de ejecución.
6. Recolección de información.
7. Seguimiento de embarques y reporte de desvíos.
8. Matrices de evaluación de proveedores logísticos.

9. Performance logístico.
10. Detractores y determinación de causas y posibles soluciones

Carga horaria: 4 horas

Docente: Lic. Fernando Muzzupappa

Módulo 8: Proceso Integral de Operaciones de Importación y Exportación

Integración de Conceptos:

- a) Importar para exportar. Análisis de las herramientas aduaneras, cambiarias y administrativas para la optimización y visualización de puntos de riesgo y control eficiente de las variables.
- b) Operaciones de reposición de stock como método alternativo al estímulo de exportación Draw Back. Su relación la importación temporal para perfeccionamiento activo.

Operaciones Especiales:

- a) Muestras de mercadería: Definición. Diferencia entre valor de la muestra y forma de pago. Procedimientos para la importación y para la exportación. Ventajas y desventajas del uso del régimen.
- b) Ingreso de mercaderías sin derecho a uso.
- c) Régimen de Tránsito Promocional del Mercosur.
- d) Régimen de Viajantes de Comercio Internacional.
- e) Régimen especial de Courier. Sus particularidades y opciones.
- f) Régimen de Exporta Simple.
- g) Exportaciones en Consignación: Una tendencia internacional. Su aplicación, beneficios y riesgos.
- h) Régimen de reimportación.
- i) Régimen de compensación por deficiencias.
- j) Relación de las normas bancarias y cambiarias en cada uno de los regímenes. Análisis estratégico, económico y financiero.
- k) Regímenes especiales para la importación y exportación.

Conveniencia de la utilización de cada régimen aduanero, según el interés empresario. Casos de estudio.

Carga horaria: 8 horas

Docente: Lic. Pamela Padilla

Módulo 9: Marketing Internacional

- a) La importancia del marketing internacional.
- b) Aspectos a tener en cuenta y obstáculos a resolver.
- c) Identificación y selección de mercados.
- d) Estrategias de Internacionalización y enfoques de exportación.
- e) El "mix" internacional: la oferta exportable, la política de precios y la promoción comercial.
- f) ¿Cuál es mi propuesta de valor?

Carga horaria: 4 horas

Docente: Lic. Santiago Vexina

Licenciado en Comercio Internacional (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - UCES). Master en Administración de Negocios con orientación en Marketing Internacional (Universidad de Belgrano - UB).

Se ha desempeñado, entre otros cargos, como Jefe de Comercio Exterior y Director del Eurocentro de Cooperación Empresarial de la Cámara Argentina de Comercio, Asesor del Programa de Reconversion Empresarial para las Exportaciones (PREX) del Fonplata y Consultor de diferentes programas, entre los que se destacan Exportar Buen Diseño (AAICI y MINPROD), Diverpymex (Fundación Banco Credicoop) y Experiencia Exportadora (Fundación Banco Credicoop y Provincia de Buenos Aires). Actualmente es socio de Estudio Vexina + Asociados, y consultor independiente de empresas, instituciones y organismos internacionales, en materia de internacionalización de PyMEs, promoción de exportaciones y comercio internacional.

* Ex Integrante del Comité Editorial del Programa ATLAS para la elaboración del Directorio Latinoamericano de Entidades de Apoyo al Sector Empresarial.

Módulo 10: Comercio internacional de Servicios y Bienes Intangibles

- a) Escenario macro del comercio internacional de servicios
- b) Estrategias de internacionalización de servicios
- c) Principales aspectos comerciales e impositivos
- d) Investigación y selección de mercados
- e) Inteligencia comercial, estrategias de Internacionalización o acceso a mercados
- f) Internacionalización de la oferta exportable, política de precios y promoción comercial.

Carga horaria: 4 horas

Docente: Lic. Alejandro Vicchi

Licenciado en Comercio Exterior

Magister en relaciones y negociaciones internacionales Candidato a Magíster en economía y desarrollo industrial c/especializac. En pymes y creación de empresas.

Se desempeño como Coordinación de consultores y capacitadores del programa “Valor_RSE+Competitividad” (SEA-AMIA) trabajando en las cadenas de valor de Henkel, Newsan, Telecom y Toyota, entre otras.

Consultor y capacitador en planeamiento estratégico y exportación para la Agencia Argentina de Comercio Internacional, GLOBA, y el Consejo Profesional de Arquitectura y Urbanismo, entre otros.

Docente a cargo de Estrategias de Internacionalización de Servicios en la Licenciatura en Comercio Internacional y Posgrado en Negocios Internacionales, Universidad Argentina de la Empresa (UADE).

Docente titular de Comercio Internacional en la Licenciatura en Relaciones Internacionales de la Universidad del Salvador.

Periodista del Suplemento de Comercio Exterior del Diario La Nación.

Módulo 11: Marketing digital para Comercio Exterior

¿Cómo utilizar las herramientas de MKT Digital para potenciar mi estrategia de Comercio Exterior?

a) Pasos a seguir para la coordinación de objetivos comerciales con objetivos de comunicación.

b) Checklist de las herramientas de comunicación digital.

Parte I:

- Medios propios: Sitio Web. Chat online. Redes Sociales. Facebook. LinkedIn. Newsletter.

- Medios ajenos: El ABC de las pautas publicitarias en Google Ads, Facebook y LinkedIn.

c) Checklist de las herramientas de comunicación digital. Parte II:

- ¿Cómo gestionar exitosamente las campañas de comunicación digital?: Organizando al equipo de colaboradores.

d) Las palabras clave que busca mi target.

- Entendiendo la importancia de las palabras claves para el marketing digital. Ejercicio práctico de cierre: Primeros pasos para desarrollar una estrategia de palabras clave.

Carga horaria: 4 horas

Docente: Mag. Klyver Christian Javier

Maestría en Marketing Digital. Adveischool. (España 2016/17)

Especialización en docencia universitaria. UBA (2010 / 2011).

Maestría en Marketing Estratégico y Comunicación U.C.E.S. (2006/2007).

Posgrado en Planeamiento y Administración Estratégica. UBA Ciencias Económicas (2004).

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Orientación opinión pública y publicidad.

UBA. Ciencias Sociales. (2003)

Es Director Klyver y Asociados una agencia de comunicación y marketing estratégico. Se especializa en la planificación estratégica de la comunicación y la puesta en marcha de campañas de marketing y comunicación para instituciones del ámbito privado, público, marcas, PyMEs y cámaras empresariales.

Actualmente brinda servicios para: FAIMA (Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines. Tanto para la Federación como para su programa “Viví la Madera”), CAFYDMA (Cámara de Fabricantes de Muebles, Tapicería y Afines), Fundación Credicoop (Asistencia técnica para Red Textil, Percolac SA. Docente en el taller de ventas para Cooperativas de la Red Textil), Noray Muebles Modernos, Noray Kids, Contessi Muebles, Zelian Equipos de Laboratorio. Soluciones Analíticas (Argentina) y Analítica del Pacífico (Perú) ambas empresas comercializadoras de equipos para laboratorios, Modesto Rimba (Editorial), Laboratorio Rospaw (Industria Farmacéutica), CALCIC (Capacitación para emergencias), TRAFER (Diseño, construcción y mecanización de plantas de silos), Flowtec (Fábrica de equipos dosificadores).

Anteriormente brindó servicios para: APN (Administración de Parques Nacionales), Tango Poreño, OPDEA (Obra Social del Personal de Dirección), CIM San Fernando (Centro Industrial Maderero), CIMA Cañada de Gómez (Cámara de Industriales Madereros de Cañada de Gómez), Oriental Muebles, La Valenciana, La Boticaria Muebles, Laurentia Muebles y Decoración, Caballito Shopping Center, Errehache empresa de servicios eventuales, Santarossa Muebles.

Módulo 12: Operatoria Bancaria de Importación y Exportación

- a) Cartas de Crédito, Esquemas, procesos y funciones de los bancos intervenientes.
- b) Cobranzas Documentarias y simples. Esquemas, procesos y funciones de los bancos intervenientes.
- c) Transferencias y Órdenes de pago, conceptos básicos.
- d) Normativa cambiaria relacionada a Exportaciones (SECOEXPO).
- e) Normativa cambiaria relacionada a Importaciones (SEPAIMPO).
- d) Normativa cambiaria relacionada a Renta y Capital.

f) Códigos de conceptos dispuesto por el BCRA - Balanza de Pagos

Carga horaria: 8 horas

Docentes: Gerencia de Exterior del Banco Credicoop.

Módulo 13: Casos Prácticos de Comercio Exterior

Comprende la integración de los conceptos desarrollados durante el transcurso del curso, trabajando sobre la base de un caso testigo desde una visión global. Consiste en una propuesta de acción técnica, comercial y operativa para concretar un negocio de exportación o importación a través de la resolución de un caso real, utilizando un determinado conjunto de recursos humanos, materiales y tecnológicos e integrando temas como ser: gestión aduanera, logística internacional, medios de pago y financiamiento, contratos, comercialización y negociación internacional entre otros.

Carga horaria: 8 horas

Docente: Lic. María Agustina Lacava.

Magíster en Negocios Internacionales, “Premio Iluminis a la Excelencia”. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - UCES, Licenciada en Administración de empresas y Contadora Pública Nacional egresada de la Universidad Católica Argentina - UCA.

Actualmente realiza asesoramiento independiente en consultoría y capacitación en el área comercial y financiera con especialidad en desarrollo de negocios internacionales a PYMEs e Instituciones privadas y públicas a nivel nacional e internacional. Asimismo, es gerente de comercio exterior de laboratorio elaborador de productos veterinarios, FAEVE SA. Profesora titular de las maestrías en “Gestión empresaria del comercio exterior y la integración” Universidad de Buenos Aires - UBA (2010-actualidad), y en “Negocios Internacionales” UCES (2012-actualidad) modalidad regular e intensivo con Convenios con otros países (Brasil y Alemania), vicepresidente de la Comisión de estudios de comercio exterior y organizaciones regionales del Consejo profesional de Ciencias

Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires – CPCECABA (2005-actualidad) y ha participado como tutora y jurado de numerosas tesis.

Por otro lado, es integrante del Grupo de Trabajo Avícola - GTA, trabajando en conjunto con las diferentes Cámaras del Sector: CEPA y CAPIA (2006-actualidad) y es secretaria de la Cámara Argentina de la Industria de Productos Veterinarios - CAPROVE, (2007-actualidad).

Ha expuesto diferentes trabajos sobre generación de negocios y exportación en congresos de la especialidad y ha participado en comité organizador de numerosos Simposios y mesas redondas sobre comercio exterior e integración.